**Аннотация**

Курсовая обобщает знания по предмету для укрепления знаний по микроэкономическому анализу. Курсовая состоит из двух частей.

В первой части курсовой работы проводится качественный анализ информации на тему значения предпринимательства в России, дается характеристика предприятий, определяются основные проблемы развития в нашей стране.

Во второй части приводятся решения задач и даются некоторые понятия из курса «Экономика».

**Содержание**

Введение

## 1 Предприятия в России: от истоков к современному этапу

## 2 Специфика предприятий и их роль в экономике

## 3 Современные проблемы развития малого и среднего бизнеса в России

## 4 Основные направления государственной поддержки развития малого бизнеса в Российской Федерации

Задачи

Заключение

Список литературы

**Введение**

В настоящее время в России полным ходом идет развитие рыночной экономики. Проведение реформ и развитие рыночных отношений определили необходимость формирования и развития новых форм хозяйствования, в частности, предприятия малого и среднего бизнеса. Что экономически выгодно, так как появление большого числа фирм приводит к появлению новых рабочих мест, малым предприятием легче управлять в условиях нестабильного курса национальной валюты, а также это приносит реальные деньги в федеральный бюджет и бюджет регионов Российской Федерации. Развитие бизнеса в первую очередь необходимо старым крупномасштабным предприятиям, так как они дают им новую жизнь, и в союзе с ними получают значительную выгоду, как для себя, так и для рыночной экономики в целом. В виду того, что развитие малого и среднего бизнеса является одним из условий перехода России к полноценным рыночным отношениям, устойчивому развитию экономики, а также обеспечению стабильности в социальной сфере, я считаю данную тему наиболее актуальной в современной жизни нашей страны.

Все вышеперечисленные факты обуславливают целесообразность проанализировать в данной работе ситуацию, связанную с развитием предприятий в нашей стране. В список поставленных задач входит рассмотрение вопросов, связанных с тем положительным влиянием, которое оказывают предприятия на экономику государства, анализ положения предприятий в России, выявление трудностей и барьеров, встающих на пути развития бизнеса, а также возможные пути преодоления возникающих проблем.

Основу информационной базы работы составляют аналитические материалы специализированных периодических изданий и ресурсы тематических источников информации сети Интернет. Для общего представления субъекта анализа и рассматриваемых проблем была использована актуальная учебная литература.

Тематика рассматриваемого явления весьма обширна и включает в себя множество вопросов и проблем, материалов для рассмотрения и анализа. Осветить все аспекты анализируемых вопросов в рамках одной работы невозможно. Поэтому были выбраны приоритетные темы для рассмотрения. За рамками работы остается вопрос истории развития предприятий в нашей стране, западный опыт в данной сфере. Акцент в работе делается на детальное рассмотрение всех проблем, обусловивших замедление развития предприятий в России, поиск путей преодоления выявленных препятствий. Завершением проделанной работы являются выводы по данной теме, позволяющие составить представление как о самой проблеме, так и о необходимых действиях по исправлению создавшийся негативной ситуации.

**1 Предприятия в России: от истоков к современному этапу**

Во всех развитых странах бизнесу принадлежит немалый удельный вес в суммарных показателях функционирования экономики. Так, например, в США в настоящее время функционируют 25 млн. малых и средних предприятий и это составляет 99,6 % всех американских предприятий. На долю малого и среднего бизнеса в Америке приходится две трети всех занятых в экономике и больше половины валового национального продукта.1Аналогичная ситуация характерна и для других индустриальных стран. В России темпы развития бизнеса и фактические показатели присутствия предприятий на рынке существенно занижены, по сравнению с западными странами. На долю бизнеса приходится всего лишь 6,2 % от общего объема произведенной продукции, количество работников предприятий в нашей стране представляет собой только 13 % от всех занятых в экономике, они производят 10-11 % валового внутреннего продукта.2

Основной правительственный замысел развития индивидуального и малого предпринимательства в России в конце 1980-х годов связывался главным образом с производственной сферой экономики, возможностью увеличения товарной массы на потребительском рынке, появлением массовых конкурентов крупным производителям продукции. Для этого предпринимались особые меры по созданию подходящих экономических условий для развития малого бизнеса. Однако спустя несколько лет ситуация с предприятиями не внушала оптимизма. Из 624 тысяч зарегистрированных в середине 1993 г. предприятий в сфере производства удержались очень не многие, и их доля в промышленном производстве и строительстве составила менее 1% - в основном они сосредоточились в сфере торговли и посредничества.3

На 1 июля 1999г. в России действовали 890 тыс. предприятий, что составило 30 процентов от общей численности российских предприятий. Количество предприятий выросло на два с половиной процента по сравнению с положением дел на 1 января 1999г. Значительно выросло число субъектов бизнеса в отраслях связи, транспорта, материально-технического снабжения и сбыта. Немного меньший прирост произошел в промышленности. Но в жилищно-коммунальном хозяйстве, в строительстве, в сферах культуры и искусства, науки и научного обслуживания малых предприятий стало меньше. По состоянию на 1 января 2000 г. в России действовало 890,6 тыс. предприятий. В среднем по Российской Федерации на одну тысячу населения приходится 7 малых предприятий.1

Для сравнения, в США этот показатель составляет 74 предприятия, в Италии – 68, Японии – 50, Великобритании – 46 и во Франции – 35.2По оценкам экспертов, для создания эффективной конкурентной среды оптимальным было бы доведение числа субъектов малого предпринимательства, по крайней мере, до 3,5 млн. к 2005 году.3

Специфической особенностью развития сферы предприятий в нашей стране является сосредоточение мелких фирм в области торгово-посреднических услуг – в ней функционирует до 49 % мелких хозяйственных единиц. Среди других сфер деятельности распределение выглядит следующим образом: на промышленность приходится 15 % всех предприятий, на строительство – 15 %, науку и научное обслуживание – 4 %, транспорт и связь – 3 % и сельское хозяйство – 1,5 %. В целом на малых предприятиях России занято 6,5 млн. работников, в том числе в торговле и общественном питании – 35 %, промышленности – 22% и строительстве – 22 %. При этом прослеживается отчетливая тенденция снижения числа занятых на одном предприятии. Так, если в 1994 г. в среднем на одно предприятие приходилось 15 работников, то к 2000 г. их число сократилось до 7. Следует отметить неравномерность географического распределения субъектов малого бизнеса на территории Российской Федерации. Больше всего предприятий сосредоточено в Центральном экономическом районе – 36%, причем только в одной Москве эта цифра равна 20 %. Среди других регионов выделяются Санкт-Петербург, Северный Кавказ, Урал и Западная Сибирь – на эти регионы в совокупности приходится около трети всех малых предприятий.1

Целесообразно особо отметить, что по некоторым оценкам, примерно девять десятых предприятий в России, независимо от заявленных сфер деятельности, выживают только за счет посредничества и торговли.2

Несмотря на увеличение общего числа предприятий в стране, темпы роста их количества замедлены. Бизнес в России поставлен в трудные условия существования, сопряженные с множеством проблем, которые заставляют фирмы уходить в тень, действовать за рамками законодательства, либо ведут к разорению и банкротству.

Хотя в настоящее время мало кто отрицает значение развития бизнеса для развития российской экономики, а критика государственной власти в отношении слабой эффективности экономической политики не прекращается, само государство все еще не уделяет в достаточной степени внимание этой проблеме. Следует признать, что система государственной поддержки предприятий в российской экономике продумана явно недостаточно, и ее эффективность оставляет желать лучшего.

## 2 Специфика предприятий и их роль в экономике

Во всех развитых индустриальных странах сфера бизнеса играет важную роль в экономической системе государства. На предприятия малого бизнеса возложены вполне определенные функции, которые не выполняются или выполняются в недостаточной степени другими хозяйствующими субъектами. Небольшие фирмы играют роль фундамента рыночной экономики, связывают воедино все ее звенья. Эта функция предприятий предотвращает явление так называемой «лоскутной экономики», при которой изобилие одних товаров имеет место наряду с дефицитом других. Другая важнейшая функция фирм – поддержание конкуренции, что обеспечивается их многочисленностью, гибкостью, большей свободой ценовой политики. Предприятия ускоряют заполнение товарного рынка требующимися потребителям товарами и внедрение несложных научно-технических достижений.

Поскольку любая экономическая система не идеальна и на практике приходится иметь дело с несовершенной конкуренцией, крупные компании стремятся монополизировать свою деятельность, установить контроль над рынком. В этих условиях существование небольших предприятий ставится под угрозу. Обоснованность деятельности бизнеса и его выживаемость в условиях рынка обуславливается следующим. Крупным корпорациям часто бывает невыгодно разорять малые предприятия, так как они зачастую не представляют прямой опасности для их функционирования. Нередко поглощение мелкой фирмы оказывается менее выгодным, чем деловое сотрудничество или даже помощь, так как малые предприятия в ряде случаев являются поставщиками более крупных организаций. Помимо этого существует различие в сферах деятельности мелких и крупных фирм. Например, малые предприятия предпочтительнее в сфере инновационных технологий, освоения принципиально новых товаров и услуг, то есть в случаях, когда направление деятельности сопровождается серьезным риском. Немногие крупные корпорации готовы рисковать вложениями в необкатанные товары или услуги. Абсолютное господство имеют малые предприятия в тех ситуациях, в которых отсутствует необходимость в массовом производстве. Разделение труда между крупными и мелкими хозяйствующими субъектами позволяет повысить совокупную рентабельность производства и тех, и других. Кооперирование бизнеса с крупным создает для первого устойчивый рынок сбыта, охраняет от неожиданной конкуренции, позволяет специализировать деятельность внутри фирмы. С другой стороны, большие корпорации освобождают себя от ряда затратных функций, так как получают необходимые элементы от малых предприятий. Еще один очень важный фактор – поддержка бизнеса со стороны государства. Из-за полезности и важности малых предприятий в экономической системе страны, государство как правило оказывает всестороннюю поддержку малому бизнесу, стимулируя его развитие.

Для решения вышеупомянутых производственно-технических задач малый бизнес должен иметь ряд преимуществ по сравнению с крупным производством. К выделенным достоинствам малых предприятий относятся:

·большая адаптивность, гибкость и оперативность реагирования на спрос рынка;

·мобильность при выполнении работ, связанных с внедрением новой техники, изобретений;

·более экономичное использование ресурсов, в том числе вторичных;

·снижение косвенных расходов, связанных с содержанием управленческих непроизводственных структур;

·повышенная скорость обращения капитала.

Развитие сферы предпринимательства, таким образом, способствует решению многих социально-экономических проблем – создание среднего класса, снижение безработицы, формирование рациональной структуры экономики, рост доходной части бюджетов всех уровней и др. Чем больше сектор гибких и подвижных малых предприятий, и чем выше количество занятых в малом бизнесе, тем выше стабильность экономики.

Следует особо отметить, что понятие предприятия не имеет четкого объективного определения. Деление хозяйственных структур на мелкие и крупные можно осуществлять по целому ряду признаков и поэтому не существует единого универсального определения для предприятия. Вопрос об определении предприятия как решается на уровне законодательной власти всех стран, но общий принцип заключается в выборе критерия оценки и установке ограничений на выбранный признак. Выделяют количественный, качественный и комбинированный подходы к определению предприятий. В определениях малых предприятий, основанных на количественном подходе, чаще всего используют такие легко доступные для анализа критерии, как число занятых, объем продаж (оборот), балансовая стоимость активов. Основное достоинство количественных определений - удобство их использования. Основными недостатками количественных подходов являются их абсолютность, отсутствие теоретической базы, определяющей выбор того или иного показателя и границ его изменения, и трудность их использования для сравнительного анализа. Качественные варианты определений предусматривают использование качественных критериев. Часто используют дополнение качественного определения некоторыми количественными показателями. Делаются также попытки определить размер ""малого,"среднего" и "крупного" предприятий через рассмотрение "эффектов" или последствий влияния размера на характер деятельности фирмы. К преимуществам качественного подхода можно отнести достижение некоторой степени его теоретического обоснования и учет широкого спектра "интуитивно" присущих разным предприятиям качественных критериев, таких, как "система менеджмента", "система контроля производительности", "система мотивации производительности" и т.д. Основными недостатками этого подхода являются сложность практического его применения, обусловленная, в частности, трудностью доступа к внутрифирменной информации, а также достаточно широкий спектр самих критериев. Иллюстрацией комбинированного подхода может служить определение малой фирмы, предложенное в 1971 г. в докладе Болтонского комитета (Великобритания).Болтонский комитет предложил так называемые "экономическое" и "статистическое" определения малой фирмы:

-фирма владеет относительно небольшой долей рынка в рыночном пространстве ее сферы деятельности;

-управление фирмой осуществляется ее владельцем (или соучредителями) лично, а не посредством формализованной управленческой структуры;

-фирма является независимой (не представляет собой часть крупного предприятия).

Статистическое определение предполагалось использовать для выявления вклада предприятий бизнеса в валовой национальный продукт, в решение проблемы занятости, экспортную деятельность, развитие инноваций и т.д., а также для анализа изменений соответствующих показателей во времени и обеспечения возможности проведения сопоставлений на международном уровне.

## 3 Современные проблемы развития малого и среднего бизнеса в России

На деятельность малых и средних предприятий в России оказывают влияние сразу несколько факторов. Их можно разделить на две группы: факторы внутренней среды, обусловленные особенностями предприятия, и факторы внешней среды.

В данной работе хотелось бы акцентировать внимание на внешние факторы воздействия на малый и средний бизнес, так как рассматриваем проблемы предприятий с макроэкономической точки зрения. Но и без понятия внутренних факторов не обойтись.

Под внутренней средой предприятия понимается совокупность всех внутренних факторов, которые определяют процессы его жизнедеятельности. Многочисленные исследования подтверждают зависимость внутренней среды от внешних условий.

Внешняя среда подразумевает собой совокупность внешних по отношению к данному предприятию факторов, изменение значений которых существенно влияет на его состояние и результаты деятельности.

Внешняя среда для предприятий имеет важное значение:

1. как источник ресурсов;
2. как потребитель результатов деятельности предприятия и место общественного признания и оценки этих результатов;
3. как фактор, определяющий поведение, образ действий предприятия, отражающихся в установлении целей и осуществлении тех или иных стратегий.

Факторы внешней среды разделяются на две группы. Первая – это создающие угрозы, риски для деятельности предприятия; вторая – формирующие условия, возможности для их развития. Определяя стратегию развития предприятия, руководители стремятся выбирать такой образ действий, который позволит максимально использовать открывающиеся возможности и устранить риски.

Одной из самых существенных черт предпринимательства является его рисковый характер. Таким образом, граждане, решившие создать и осуществлять собственное дело, помнят, что они рискуют, так как действуют в условиях неопределенности. Кроме того, предпринимательству осуществляемому в малых масштабах кроме рисков присущих любым хозяйствующим субъектам, и определяемых сферой деятельности, этапом жизненного цикла организации; общей политической и социальной обстановкой и т.д., характерны риски связанные с небольшими размерами самих предприятий.

Малые предприятия, как субъект управления в рыночной экономике, характеризуются, прежде всего, как неустойчивая предпринимательская единица, наиболее зависимая от колебаний рынка. А это значит, что непредвиденные неблагоприятные изменения внешней среды наиболее негативно влияют на деятельность малого бизнеса. В то же время внешняя среда малых предприятий отличается собой в сравнении с крупным бизнесом, а также с государственными экономическими структурами, особой степени неопределенности. Это объясняется тем, что малые предприятия, как правило, действуют на локальном рынке, который в отличие от рынков крупных корпораций характеризуется высокой степенью неопределенности. Ключевой особенностью внешней среды малого бизнеса является, его объективно подчиненная роль в системе отношений с государством, крупным бизнесом, финансово-кредитными институтами. А также имеется специфическая черта, которая связана именно с периодом радикальных реформ, - это исключительная подвижность внешней среды, возрастание скорости, с которой в окружении малого бизнеса происходят изменения. И все это серьезно затрудняет для предприятия возможности адекватного на них реагирования.

Кроме негативных изменений внешней среды на возрастание неопределенности и степени рисков в деятельности малых предприятий влияет и внутренняя среда предприятия, во многом зависящая от размера малого предприятия. Внутренняя среда малого бизнеса, как и внешняя, имеет ряд отличий, например:

* в способах разделения труда;
* расстановке кадров;
* распределения прав и ответственности;
* проведения маркетинговой политики;
* налаживания финансовых потоков на предприятии;
* получении информации и т.д.

В настоящее время, по оценкам самих предпринимателей, в своей деятельности они сталкиваются с проблемами, такими как высокие налоги, дороговизна материально-технических средств, отсутствие кредитных ресурсов, что негативно сказывается на финансовом состоянии их предприятий. Данные социологических опросов приведены в таблице (прил. 3).

Серьезным сдерживающим фактором является низкий платежеспособный спрос населения, которое является основным потребителем продукции услуг малого бизнеса. Как отмечают специалисты, главная черта современной пирамиды в России – формирование и хроническое воспроизводство масштабной бедности, которая на протяжении десятилетия охватывает более 30% населения страны. Среди них более 10% в обозримой перспективе не имеют шансов изменить свое материальное и общественное положение./5/

Согласно многим исследованиям, предприниматели, особенно мелкие, единодушно жалуются на тотальный и повседневный грабеж со стороны государственных чиновников. Государственные службы буквально терроризируют их требованиями мелочной отчетности, частыми инспекциями и штрафами.

Потеря административного управления, экономический хаос и законодательная неразбериха привели к тому, что законопослушные предприниматели, организующие бизнес в производственной сфере, оказались в чрезвычайно трудном положении, неся большие затраты, выплачивая высокие налоги и подвергаясь государственному и негосударственному рэкету. Отсутствие четкого механизма реализации государственных мер по поддержке малого бизнеса, затруднения в получении кредитов, производственных помещений и материальных ресурсов поставили малые предприятия в неравное положение с крупными. Это привело к сокращению их роста и к ориентации преимущественно на торгово-закупочную и посредническую деятельность.

Анализ развития предпринимательства показывает, что доля предприятий, работающих в сфере торговли и посреднических услуг, занимает доминирующее положение. Кроме того, существует большое количество предприятий, зарегистрированных как производственные или многоцелевые (выпуск товаров народного потребления, оказания различных услуг), но тем не менее занимающихся торгово-посреднической деятельностью как основной.

Высокие налоги, всевозрастающая арендная плата за помещение и оборудование, отсутствие фондового рискового капитала - все это затрудняет продолжение эффективной деятельности и вынуждает направлять основные усилия не на расширение производства, а на борьбу за выживание.

О сложностях взаимоотношений предпринимателей и региональных властей свидетельствуют также данные экспертного опроса, проведенного Союзом промышленников и предпринимателей. В опросе приняли участие 919 человек, отнесенных к категории «эксперты» и представляющих в основном малый (66%) и средний (20%) бизнес из всех федеральных кругов РФ, Москвы и Санкт-Петербурга. Из них 79,0% считают, что региональная власть своими действиями создает проблемы в бизнесе, так как преследует свои интересы близких к ней предпринимателей. Проводимая административная реформа, по мнению 42% слушателей Академии народного хозяйства при правительстве РФ, вряд ли изменит или даже ухудшит отношения между бизнесом и властью./5/

На низком уровне предприниматель также сталкивается с непониманием и субъективным отношением к малому бизнесу со стороны местной бюрократии. По мнению президента всероссийской ассоциации предпринимателей «Честное дело», Н.В. Бархатовой, «мелкий чиновник - это самое опасное, что может быть для бизнеса». /5/

Но главной причиной слабого развития малых предприятий является низкий уровень финансовой обеспеченности большинства малых предприятий вследствие трудностей с первоначальным накоплением капитала, невозможность получения кредитов на приемлемых условиях, неэффективность налоговой системы. Негативное воздействие на развитие малого бизнеса в сфере материального производства оказывают неразвитость производственной инфраструктуры, нехватка специализированного оборудования, слабость информационной базы.

Среди наиболее актуальных проблем, от итогов решения которых, во многом, зависит дальнейшее развитие бизнеса в нашей стране, являются проблемы в налогообложении. Хотя данные проблемы решаются путем неоднократного пересмотра и внесения изменений в Налоговый кодекс РФ в части налогообложения субъектов бизнеса. В частности, 31 декабря 2001 г. Президент РФ подписал Федеральный закон РФ №198-ФЗ «О внесении дополнений и изменений в Налоговый кодекс РФ и в некоторые законодательные акты Российской Федерации о налогах и сборах». Данным законом внесены существенные изменения, касающиеся налогообложения субъектов малого бизнеса, в частности, с 1 января 2002 г. индивидуальные предприниматели и организации, переведенные на уплату единого налога на вмененный доход, становятся плательщиками единого социального налога (ЕСН). К сожалению, это лишь «малая капля» в облегчении жизненного пути малого предпринимательства.

Существует и ряд других проблем, которые неблагоприятно влияют на развитие предпринимательства, такие, например, как: несовершенство нормативно-правовой базы; трудности при решении финансово-кредитных вопросов; проблемы, связанные с получением деловой информации и т.д.

Еще одной из не менее важной проблемы является низкая квалификация самих предпринимателей и наемных работников. Некомпетентность управляющих или недостаточная способность персонала принимать решения стала главной причиной разорения малых фирм. Во многих странах с рыночной экономикой разрабатываются специальные программы управленческой поддержки малого бизнеса, создаются центры развития или «инкубаторы» мелкого бизнеса.

Специфическими проблемами в некоторых регионах РФ, в основном Сибири, являются высокая доля транспортной составляющей в расходах (62,4%), трудности сбыта продукции (20,6%), информационный голод (12,4%) и некомпетентность чиновников (3%).

Усилия предпринимателей по преодолению указанных проблем направлены в основном на улучшение технологии, снижении затрат, повышение профессионального уровня работников. Государство же, по мнению предпринимателей, должно направлять свои усилия на снижение налогов (64%), обеспечение доступности кредитов (62,8%), совершенствование законодательства (51,2%), резкое сокращение числа контролирующих инстанций (47,2%), защиту прав собственника (36,8%), искоренение коррупции и произвола чиновников (31,6%). Но 25% предпринимателей считает, что специфических региональных проблем в развитии бизнеса нет./5/

Удельные издержки производства и обращения у малых предприятий, как правило, выше, чем у крупных предприятий: им труднее получить кредит, наладить рекламу; требуется затрачивать относительно больше средств на обучение и переподготовку кадров, изучение рынка, получение необходимой информации и т.д., поэтому практически во всех индустриально развитых странах малым предприятиям устанавливаются определенные льготы и оказывается государственная поддержка.

В России по мере развития малого и среднего бизнеса и укрепления рыночных отношений возникли общественные организации малого и среднего предпринимательства, например, Союз предпринимателей России. Существуют также федеральные и местные фонды финансовой помощи, основной задачей которых является стимулирование развития приоритетных производственных видов деятельности малых предприятий. Ежегодно проводятся различные экономические форумы, посвященные проблемам малого предпринимательства как на федеральном, так и на местном уровнях.

В последние годы широко исследуются вопросы о наиболее эффективных и формах и методах государственной поддержки, не подрывающих основ предпринимательства и интересов частного собственника, и одновременно способных оказывать реальную помощь в становлении и развитии малого предпринимательства в России.

## 4 Основные направления государственной поддержки развития малого бизнеса в Российской Федерации

Механизм формирования и осуществления поддержки малого бизнеса может сложится только под влиянием тех задач, которое поставит перед собой государство.

Опыт развитых стран показывает, что для вовлечения предпринимательского потенциала в развитие экономики требуется содействие государства в создании необходимых предпосылок для нормального функционирования малого и среднего бизнеса, в устранении возникающих проблем и отклонений от намеченных целей.

К сожалению, в России система развития и поддержки малого предпринимательства осуществляется в условиях заметного ослабления государственного воздействия на данные процессы. Деятельность многочисленных государственных и полугосударственных структур поддержки малого предпринимательства сводится в ряде случаев к самообеспечению, фиксированию проблем и препятствий, возникающих перед предпринимателями, а реальная помощь носит единичный характер. /4/

Однако отметим, ряд функций государства, благодаря которым должна осуществляться государственная поддержка малого предпринимательства. Во-первых, государство выступает как властная структура, устанавливающая рамочные условия функционирования субъектов рынка, т.е. разработка и контроль за соблюдением нормативно-правовых актов. Во-вторых, государство является собственником имущества, что служит основанием для распоряжения и непосредственного управления государственным имуществом. И в-третьих, государство является своеобразным инструментом экономического регулирования и стимулирования рыночных процессов. Таким образом, исходя из этих функций, в ряде документов есть отражение государственной поддержки малого и среднего бизнеса по следующим направлениям:

* создание институциональных основ;
* управленческая научно-методическая поддержка;
* правовое обеспечение и защита предпринимательства, отраженные в законодательствах о предприятиях, антимонопольном, налоговом, внешнеторговом, отраслевом законодательствах, хозяйственном, коммерческом кодексах, в системе специальных законов о статусе и льготах для мелких и средних предприятий, инновационных предприятий;
* финансово-кредитная поддержка;
* налоговая политика;
* антимонопольная политика.

Рассмотрим лишь некоторые формы государственной поддержки на развитие малого и среднего бизнеса.

Динамичное развитие малого предпринимательства и его эффективное участие в решении социально-экономических проблем на федеральном, региональном и муниципальном уровнях во многом зависят от наличия необходимых институциональных основ. /4/

К началу XXI века в регионах России создано 80 региональных фондов поддержки малого и среднего предпринимательства, 54 региональных бизнес-инкубатора, 46 центров, созданных межрегиональным маркетинговым центром «Москва», 36 бизнес-центров, 98 учебно-деловых центров. Полнота и комплексность институтов и инфраструктурной поддержки различаются по регионам России. Практически инфраструктура создает каналы, по которым государственная поддержка доводится до ее получателя. Одновременно через элементы инфраструктуры реализуются отдельные рыночные услуги. Кроме того, через объекты инфраструктуры налаживаются деловые контакты и кооперация, что способствует самоорганизации малого предпринимательства./4/

Под управленческой научно-методической поддержкой подразумевается консультирование, обучение, информационное обслуживание, проводимое органами правительства, а также через различные программы на местах. Сюда же относятся финансирование и участие в работе учебных и консультационных центров и других организаций, оказывающих непосредственную поддержку предпринимателям. Проведение разработки учебных пособий, курса лекций для начинающих предпринимателей. А так же создание благоприятных условий и помощь в разработке и передаче инновационных технологий.

Одну из прогрессивных и действенных форм поддержки малого бизнеса представляет бизнес-инкубирование. Главное назначение бизнес-инкубатора в том, чтобы создать наиболее благоприятные условия для «выращивания» малых предприятий путем предоставления различных видов услуг (консалтинговых, арендных обучения, кредитования) на льготных условиях. Эффективность бизнес-инкубатора обеспечивается за счет комплексного сопровождения малых предприятий на всем протяжении реализации их проектов: от обучения и составления бизнес-планов до выпуска готовой продукции.

Важным инструментом государственной поддержки малым предприятиям в большинстве промышленно развитых стран является система государственных заказов. Данная форма отношений позволяет обеспечить малому бизнесу гарантированный рынок сбыта, ускорить процесс накопления капитала, расширить производственные мощности, укрепить конкурентоспособность, модернизировать оборудование и многое другое.

Финансово-кредитная поддержка малому бизнесу осуществляется путем реализации государственных целевых программ, предоставление льготных и безвозмездных субсидий прежде всего на цели научно-технического развития. В предоставлении гарантий по займам предприятий малого бизнеса у частных банковских структур для переоснащения производства, его расширения. Участие в деятельности и формировании ресурсов различных кредитно-финансовых и инвестиционных организаций. Повышение кредитоспособных мелких предприятий с помощью системы кредитования. Формирование системы банковских услуг, ориентированных на малых предпринимателей.

Государственная поддержка малому и среднему бизнесу в налоговой политике проявляется через льготную систему налогообложения и систему ускоренной амортизации основных средств.

Антимонопольная политика включает в себя, во-первых, меры по обеспечению справедливых равноправных условий подрядных отношений и сделок по государственным займам, а также между крупными и небольшими предприятиями; во-вторых меры по предупреждению задержек платежей со стороны крупных фирм небольшим подрядным предприятиям; в-третьих меры по предотвращению банкротств мелких компаний, а также гибкую таможенную политику.

К сожалению, в России сложилась парадоксальная ситуация, когда происходит постоянный рост количества разнообразных структур поддержки малого и среднего бизнеса, формируются все новые общественные движения – союзы, ассоциации, объединения, а бюджетная поддержка малого предпринимательства постоянно сокращается. Опыт развития малого предпринимательства показал, что недостаточная эффективность различных форм государственной поддержки в России во многом вызвана слабой подготовленностью данного сектора экономики к ее восприятию. В перспективе государство, в принципе как любой кредитор, должно четко представлять и уменьшать свои риски, для чего следует упорядочить, координировать, контролировать финансовые средства, направляемые на малый бизнес через различные структуры.

Государственный контроль за деятельностью малых предприятий заключается, прежде всего, в соблюдении норм, установленных различными федеральными и региональными органами власти для процессов производства и реализации продукции и услуг. При этом конкретизация объекта контроля и прав, которыми наделяются те или иные органы при осуществлении ими контрольных функций, фиксируются нормативно-законодательными и правовыми актами. Однако, принятый в 1995 году Федеральный закон «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» явно устарел и уже не отвечает современным условиям рынка. Так, требуют уточнения вопросы финансовой поддержки малого и среднего бизнеса и взаимоотношений с бюджетом. Следует заново определить порядок создания, функционирования и ликвидации малых предприятий. А также ряд сфер деятельности малого бизнеса требует законодательного оформления, например, восполнение пробела тех законодательных норм, которые регламентируют взаимодействие малых и крупных предприятий.

Первым важным шагом к формированию последовательной государственной поддержки и развитию малого и среднего бизнеса стали разработка и принятие в декабре 2001 года Государственным советом Российской Федерации Концепции государственной политики поддержки и развития малого предпринимательства в РФ. Данный документ декларирует отношение власти к малому бизнесу и должен быть базой формирования основных направлений совершенствования государственной политики в этом важном секторе экономики, как малый бизнес. Следует отметить, что реализация изложенных в Концепции намерений государства потребует разработки четкой программы действий на ближайший период и более отдаленную перспективу (5-10 лет), а также осуществления контроля за реализацией основных положений этого документа.

Из всего сказанного, очевидно, что от уровня развития не только крупного, но и малого и среднего бизнеса, результата партнерских отношений между государством и бизнесом, от учета в полной мере интересов обеих сторон в значительной степени зависит экономический и политический прогресс России. Именно поэтому процесс взаимодействия государственных структур и предпринимательства не может носит спонтанный характер. Он должен быть хорошо управляемым и организованным. У всех участников этого процесса должны быть единые цели и намерения. Для стабильного развития малого предпринимательства все стороны обязаны прилагать постоянно возрастающие усилия, действовать заодно на принципах открытости, честности, откровенности и справедливости.

**Задача 1**

Решите задачи:

1. Фирма посылает своего представителя приобретать товар на оптовом рынке. Ему поручено купить 10 тыс. штук, если цена за единицу составит 15 руб.; если же цена 20 руб., то необходимо приобрести 8 тыс. штук; если цена 25 руб. - то 5 тыс. штук.

Определите показатели ценовой эластичности спроса на товар (считая для простоты, что единицами измерения цены служат рубли, а количества - тыс. штук.)

Ценовая эластичность — эластичность величины спроса или предложения по отношению к цене; реакция изменения величины спроса (предложения) на изменение цены. Эластичность спроса по цене называют прямой коэффициент эластичности. Различают дуговую, измеряемую как среднюю на дуге кривой спроса и предложения, и точечную, измеряемую в точке кривой, эластичность.

Решение:

Рассчитаем коэффициент эластичности по формуле:

Ed1 = ∆Q / ∆P = (10 – 8) / (20 – 15) = 0,4

Ed2 = (8 - 5) / (25 – 20) = 0,6

Спрос на товар эластичен.

**Задача 2**

Покупатель распределяет между двумя товарами 150 руб. Цена одной шт. товара А = 25 руб., товара В = 15 руб. Общая полезность от потребления двух товаров представлена в табл. 1. Определите равновесное состояние потребителя.

Полезность — удовольствие, удовлетворение потребностей, исполнение запросов, которое получают люди от потребления товаров и пользования услугами. Полезность представляет субъективную категорию, ибо у каждого человека есть свое восприятие удовольствия, удовлетворения и свой круг потребностей. Однако в оценке степени удовлетворенности разных людей от потребления благ и услуг и зависимости меры удовлетворенности от количества потребляемых благ есть и много общего, обнаруживаются закономерности, которые служат предметом изучения теории полезности, представляющей современную ветвь экономической науки. В теории полезности вводится понятие об условных единицах полезности — ютилях (от англ. utility — полезность), выражающих меру удовольствия, получаемого от потребления единицы блага. Теория полезности опирается на закон убывания предельной полезности.

Таблица 1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Количество товара А | Общая полезность А | Количество товара В | Общая полезность В |
| 1 | 45 | 1 | 26 |
| 2 | 80 | 2 | 50 |
| 3 | 110 | 3 | 72 |
| 4 | 130 | 4 | 92 |
| 5 | 145 | 5 | 110 |
| 6 | 155 | 6 | 126 |
|  |  | 7 | 140 |
|  |  | 8 | 152 |
|  |  | 9 | 162 |
|  |  | 10 | 170 |

Решение:

Бюджетное ограничение равно 1150 руб.

Тогда расходы на товар А + расходы на товар В = 150 руб.

Решим уравнение, подставив в него цены товаров А и В:

25 х А + 15 х В = 150.

5А + 3В = 30

Так как полезность каждой единицы товара А больше, чем товара В, то покупатель выберет максимально возможное количество А, а на оставшиеся деньги будет покупать товар В.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Количество товара А | Количество товара В | Общая полезность |
| 6 | 0 | 155 |
| 5 | 1 | 171 |
| 4 | 3 | 202 |
| 3 | 5 | 220 |
| 2 | 6 | 206 |

Таким образом, оптимальный набор товаров: 3 шт. товара А и 5 шт. товара В.

**Задача 3**

Фирма действует на рынке совершенной конкуренции. Зависимость общих производственных затрат фирмы от ее выпуска представлена в табл. 2.

Таблица 2

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Q | 0 | 15 | 30 | 45 | 85 | 100 | 115 | 130 | 135 | 150 |
| ТС | 600 | 750 | 870 | 960 | 1110 | 1300 | 1520 | 1770 | 1950 | 2250 |

Какова та минимальная цена, по которой фирма еще будет что-либо продавать на рынке? Какое количество продукции будет продавать фирма при цене, равной 12 руб. за штуку?

Совершенная конкуренция, идеальная — конкуренция между производителями, продавцами товаров, имеющая место на так называемом идеальном рынке, где представлено неограниченное количество продавцов и покупателей однородного товара, свободно общающихся между собой. Реально такая конкуренция практически не наблюдается, а приходится иметь дело с несовершенной конкуренцией.

Решение:

Минимальная цена определяется, исходя из таблицы:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Q | 0 | 15 | 30 | 45 | 85 | 100 | 115 | 130 | 135 | 150 |
| ТС | 600 | 750 | 870 | 960 | 1110 | 1300 | 1520 | 1770 | 1950 | 2250 |
| АС |  | 50 | 29 | 21,3 | 13,1 | 13 | 13,2 | 13,6 | 14,4 | 15 |

Минимальная цена (по которой фирма может продавать продукцию), должна быть примерно одного уровня со средними издержками и равна 13 руб.

Если цена 12 руб., фирма сможет продавать 100 ед., однако будет нести убыток в сумме 1300 – (100 х 12) = 100 руб.

**Задача 4**

В краткосрочном периоде производственная функция фирмы, являющейся совершенным конкурентом на рынке готовой продукции, Q = 12L - L2; 0 ≤ L ≤ 6, где L — количество использованного труда, работников/день; Q — выпуск за день. Цена на продукцию фирмы — 1 долл. за ед. Рынок труда — конкурентный.

Определите, сколько работников будет нанято по ставке 4 долл./день.

Конкурентный рынок труда - рынок труда, на котором большое количество фирм без сговора между собой предъявляют спрос на конкретный вид рабочей силы большого числа рабочих, не являющихся членами профсоюза.

Решение:

Рассчитаем таблицу и выберем значение L, при котором прибыль максимальна:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| L | Q | MPL | MPL х 1 дол. | W | Прибыль |
| 1 | 11 | 11 | 11 | 4 | 7 |
| 2 | 20 | 9 | 9 | 4 | 5 |
| 3 | 27 | 7 | 7 | 4 | 3 |
| 4 | 32 | 5 | 5 | 4 | 1 |
| 5 | 35 | 3 | 3 | 4 | -1 |

Как видно по таблице, прибыль максимальна при использовании одного работника.(=7)

**Задача 5**

Владелец первого участка земли согласен продать его за 20 000 руб. Владелец другого участка земли согласен продать его за 10 000 руб.

Определите, чему равна ежегодная дифференциальная рента, если ставка банковского процента равна 10%, а плата за вложенный капитал и отчисления на амортизацию на обоих участках земли одинаковые.

Дифференциальная рента — 1) дополнительный доход, получаемый за счет использования более выгодных ресурсов, обладающих большей отдачей; 2) форма земельной ренты в виде дополнительного дохода, получаемого землевладельцем за счет большей плодородности земли на его участке.

Понятие дифференциальной ренты появилось вследствие того, что не все земли являются однородными, а различаются по местоположению и плодородию.

Решение:

Рассчитаем дифференциальную ренту по формуле бессрочного аннуитета:

PV = A / r

где PV - стоимость участка

А – дифференциальная рента

r – банковская ставка

А1 = 20000 х 10 % = 2000 руб.

А2 = 10000 х 10 % = 1000 руб.

**Задача 6**

Оцените при помощи индекса Герфиндаля (Н) уровень концентрации рынка в случае, когда доля одной фирмы составляет 80 % от всего объема продаж данной продукции, а остальные 20 % распределяются между другими четырьмя одинаковыми по объемам производства фирмами.

Индекс Герфиндаля — индекс рыночной концентрации товаров разных фирм, представленных на рынке; исчисляется как сумма квадратов долей рынка товаров каждой из фирм. Наибольшее значение индекса достигается при монополизации рынка

Решение:

Коэффициент Герфиндаля рассчитывается по формуле:

Н = S12 + S22 +…Sn2

20% / 4= 5 %

Н = 802 + 52 +52+52 +52 = 6500

**Задача 7**

Среднеквартальный коэффициент роста цен в стране равен 1,1. По «правилу 70» определите количество кварталов, за которое уровень цен в стране удваивается.

Правило 70 - приближенный способ расчета срока удвоения уровня цен при неизменном уровне инфляции.

Срок удвоения (в годах) = 70 делить на годовой уровень инфляции.

Если уровень инфляции составляет от 1% до 100% в год, то срок удвоения по Правилу 70 вычисляется с абсолютной погрешностью, не превышающей 4 месяца.

Если уровень инфляции составляет от 1% до 26% в год, то срок удвоения по Правилу 70 вычисляется с относительной погрешностью, не превышающей 10%.

Решение:

Правило 70 - приближенный способ расчета срока удвоения уровня цен при неизменном уровне инфляции.

Срок удвоения (в годах) = 70 делить на годовой уровень инфляции.

Срок удвоения (в годах) = 70 / 10 = 7 лет

Так как уровень инфляции составляет от 1% до 100% в год, то срок удвоения по Правилу 70 вычисляется с абсолютной погрешностью, не превышающей 4 месяца и с относительной погрешностью, не превышающей 10%.

**Задача 8**

Имеются следующие данные.

Себестоимость продукции 1000 руб.

Прибыль 20%

Стоимость перевозки к железнодорожной станции 5000 руб.

Стоимость погрузки в железнодорожный вагон 1500 руб.

Стоимость перевозки до морского порта 6000 руб.

Стоимость погрузочно-разгрузочных работ

с доставкой вдоль борта судна 2000 руб.

Стоимость доставки на борт судна

и складирования на борту 1500руб.

Размер страховки 5%.

Определите отпускную цену завода-изготовителя, цены ФСА, ФАС, ФОБ, СФР, СИФ.

## Метод ФСА, Суть метода — поэлементная отработка конструкции. Он предложил рассматривать каждый элемент конструкции в отдельности, разделив элементы по принципу функционирования на основные и вспомогательные. Из анализа становилось ясно, где «спрятаны» излишние затраты. Соболев применил свой метод на узле крепления микротелефона и ему удалось сократить перечень применяемых деталей на 70 %.

Задачей ФСА является достижение наивысших потребительских свойств продукции при одновременном снижении всех видов производственных затрат. Классический ФСА имеет три англоязычных названия-синонима — Value Engineering, Value Management, Value Analysis. Не следует путать метод ФСА, как это имеет место у некоторых авторов, с методом ABC (Activity Based Costing).

ФАС (англ. FAS, free alongside sheep — свободно вдоль судна) — одно из базисных условий, определяющих порядок поставки и оплаты товаров в международной торговле. Согласно этому условию продавец обязан доставить товар к борту судна, а получатель несет расходы по погрузке товара на судно.

ФОБ, франко-борт (англ. FOB, free on board — свободно на борту) — одно из условий поставки товаров в международной торговле в соответствии с Инкотермс, буквально означающее "свободно на борту". Согласно этому условию продавец обязан за свой счет поставить товар на борт судна и (в отличие от условия ФАС) оплатить экспортные пошлины. Покупатель должен за свой счет зафрахтовать судно, оплатить товар, обеспечить его перевозку после поставки.

СФР, CFR (англ. Cost and Freight — стоимость и фрахт) — термин Инкотерм. Условия поставки CFR означают, что продавец оплачивает доставку товара в порт, погрузку и фрахт судна, а также обеспечивает прохождение таможенных процедур при экспорте товара. Покупатель оплачивает страховку и доставку товара в порт назначения. Риск потери или повреждения, а также дополнительные расходы после перехода товара через поручни судна переходит на покупателя. Условия поставки CFR используются только в случае перевозки товара морским или речным транспортом.

СИФ, CIF (англ. Cost, Insurance and Freight — стоимость, страхование и фрахт) — торговый термин, который используется в международной торговле, когда используется морской транспорт.

Если цена назначается по условиям CIF, это означает, что продажная цена включает в себя стоимость товара, фрахт или транспортные расходы, а также стоимость страховки для морских перевозок. CIF — это международный коммерческий термин

Решение:

Отпускная цена завода-изготовителя = 1000 + 20 % = 1200 руб.

Цена на условиях ФСА = 1200 + 5000 = 6200 руб.

Цена на условиях ФАС = 6200 + 1500 + 6000 + 2000 = 15700 руб.

Цена на условиях ФОБ = 15700 + 1500 + 15700 х 5% = 17985 руб.

Цена на условиях СФР = 17985 – страховка 5% + фрахт до порта назначения

Цена на условиях СИФ = 17985 + фрахт до порта назначения

**Заключение**

На основании вышеизложенного, хотелось бы подвести некоторые итоги. В процессе рассмотрения развития малого и среднего бизнеса в России, было выяснено следующее. Он способен не только быстро заполнять ниши, образующиеся в потребительской сфере, но и сравнительно быстро окупаться. А также создавать атмосферу конкуренции и ту среду предпринимательства, без которой рыночная экономика невозможна.

Мелкие и средние предприятия играют заметную роль в занятости, производстве отдельных товаров, исследовательских и научно-производственных разработках. Углубление специализации в научных разработках привело к тому, что во многих случаях небольшие фирмы идут по более простому или рискованному пути, работают в неперспективных отраслях. Мелкие фирмы охотнее берутся за освоение оригинальных нововведений. Малые предприятия стремятся как можно скорее наладить массовое производство. Что, прежде всего, приводит к расширению рынка предлагаемых товаров и услуг, что в свою очередь активно стимулирует процесс производства с целью наиболее быстрого удовлетворения спроса, мотивируемого разработками, проводимыми фирмами малого и среднего предпринимательства.

Мелкие и средние предприятия в свою очередь являются опорой для крупных компаний, так как массовый выпуск промышленных изделий длительного потребления (автомобилей, холодильников, телевизоров и т. п.) вызывает потребность в соответствующих промышленных услугах по ремонту и обслуживанию. Ведь из-за своей громоздкости крупные монополисты вынуждены затрачивать много усилий в этом направлении или создавать разветвленную сеть мелких филиалов, что само по себе тоже достаточно дорогостоящее занятие, служащее в основном для поддержания престижа крупной фирмы.

Развитие предпринимательства способствует постепенному созданию широкого слоя мелких собственников, так называемого среднего класса, самостоятельно обеспечивающих собственное благосостояние и достойный уровень жизни, являющихся основой социально-экономических реформ, гарантом политической стабильности и демократического развития общества. Однако, занятие бизнесом является не только источником средств к существованию, но и способом раскрытия внутреннего потенциала личности.

Таким образом, предпринимательство ведет к оздоровлению экономики в целом и, следовательно, лучший выход для России – это создание такой политики государства, которая была бы направлена на расширение и развитие предприятий предпринимательства в нашей стране.

Однако, перспективность сектора малого и среднего бизнеса в современной экономике, не следует рассматривать лишь как очередную компанию в системе антикризисной политики правительства РФ. Именно малые предприятия, особенно в случае удовлетворительной разработки новой государственной политики в области предпринимательства, могут стать основой рыночных структур во многих отраслях, обеспечивая перелив инвестиций в сферы наиболее эффективного приложения ресурсов и тем самым соединить процессы структурной политики и формирование всероссийского рынка.

Хотя у предприятий, как и у государства до сих пор остаются открытыми большое количество проблем, и до сих пор сохраняется довольно сложное экономическое положение, все же продолжается реформирование экономики, что способствует освоению новой модели общественно-экономического развития, имеющей рыночную ориентацию. В современной политике государства все более акцентируется внимание в сторону доминирования частного сектора, либерализации практически всех отраслей экономики и активизации рыночных регуляторов, локализации очагов кризиса, ориентации на платежеспособный спрос, то есть создание благоприятных условий для скорого подъема промышленности.

**Список литературы**

1. А.И. Архипов, А.К. Большаков. Экономика / А.И. Архипов. – М.: ТК Велби, Издательство Проспект, 2006, 840 с.
2. Голованов Е.Б. Конспект лекций по дисциплине «микро- и макроосновы рыночного ценообразования»-Ч.: ЮУрГу, ФЭиП,2008
3. А.Г. Грязнова, Н.Н. Думная. Макроэкономика: теория и российская практика. – М.: КноРус, 2006, 678 с.
4. А.Г. Зельднер, И.Ю. Ваславская, В.К. Южелевский. Государство и экономика: Факторы роста – М.: Наука, 2003, 214 с.
5. З.И. Калугина. Большие проблемы малого бизнеса Сибири // ЭКО. Экономика и организация промышленного производства, № 2, 2006, с. 105 – 127
6. Е.В. Лысаковская. Проблемы и перспективы государственной поддержки малого и среднего бизнеса // Право и образование, № 5, 2006, с. 261 - 266
7. Б.М. Маклярский. Экономика России. Учебное пособие / Б.М. Маклярский. – М.: Международные отношения, 2001,. 304 с